

市场营销工作计划 12 篇

市场营销工作计划 1

一、前期的学习准备

1、公司产品设备的学习了解

由于我的营销方向主要针对公司打捆机设备。作为单一设备的销售，对其学习的目的性非常明确——掌握打捆机在营销工作中所要涉及的规格、性能、技术要求、各系统配置情况以及设备工艺情况等。做到熟练掌握与理解。同时，要对整个包装机组以及整套轧钢工艺有所了解，对打捆机在各个机组生产线上的配备与运行了解掌握。这既需要多向技术人员学习、沟通，也要多参与跟随技术员工厂等实地学习。并在今后的工作中积累总结。

2、冶金行业钢铁包装大环境的了解

对冶金行业钢铁包装大环境的了解与熟悉，对今后的营销工作起到很好的辅助作用。这需要我在今后的工作中多留心多请教公司前辈。

3、公司代表性业绩的了解

要让陌生客户对公司产品的性能品质有认同感，公司有代表性的业绩，是最具说服力的。因此，要对代表性的工程有所了解。

前期的学习准备工作，我将在今后的工作、生活中不断的学习完善。但针对现阶段初入市场的情况，我将尽量扬长避短，多

发挥我在营销与商务上的特长，通过大量的学习与长期的实践后争取弥补自己的短处与不足。业务精熟全面。

二、合理的营销定位

1、自身产品的定位：

国内领先的高性能设备，强大的专业技术支持优势；

可用于各种生产线，包括酸洗、脱脂、平整、重卷、横切；采用半自动化技术，最大限度的减少人工操作的时间；降低采购成本，并同时享受最快捷的配件供应需要；

2、竞争对手的定位：

国内两类不同规模、性质的专业包装设备厂家。（天津派克威公司和延边龙川包装机械有限公司）

（1）、天津派克威公司，该公司成立于 1997 年，主要代理意大利 COLUMBIA、瑞士 FROMM、日本 KOHAN、德国 TITAN 等国际知名品牌之钢带及塑钢带打包工具等在内的专业包装设备的销售公司。其国外进口高品质设备的背景，是其在产品竞争中的最好自我定位。也是其在一些特定信赖进口设备的大型客户群中的最大优势。对于这部分客户，可采取的营销策略只能是侧面渗透的原则，让客户尝试性选择单台或少量设备，在设备品质有保障的情况下，逐步渗透，尝试扭转客户只信赖国外产品的习惯。尽量避免在该客户群体中与进口设备有正面激烈的竞争。特别是在大宗设备供

应的情况下，作为进口设备其存在一个众所周知的弊端，价格昂贵。这也是我们在与其竞争中最大的优势。大宗设备的正面竞争，往往只会造成客户利用我们打压其价格，缩小双方价格差，忽略我方优势。若一味坚持，双方价格的透明度将大大降低，有可能两败俱伤，为今后市场销售上的价格定位与利润控制埋下隐患。对这类客户最好采取侧面渗透的原则，不做一城一池之争。

(2)、延边龙川包装机械有限公司，是一家专业从事包装机械集科研、生产、销售和服务为一体的中型股份制企业。其“梅花鹿”牌扎捆机系列产品三十余种，其中有组合式、分离式、无锁扣式、塑钢带式气动打捆机和分离式、无锁扣式手动打捆机以及自动锁扣制造机。近年来研制开发了自动化光、机、电一体化自动控制的大型冶金包装机械。从其公司的简介中可以看出，该公司具有一定的规模和专业的技术能力，并在包装机械领域里各类设备相当全面，专业性与专注度很强。在该领域经营几十年，积累了大量的客户，将是我们最直接的竞争对手。该公司可以定位为具有与我们同等设备技术的厂家，但由于我们依托于“机械科学设计总院”，在设备品质技术方面更具影响力与信任度。因此将其视为最主要竞争对手。在其多年从事包装机械设备，拥有大量客户的前提下，对其的营销策略是直面交锋，寸土必争。以品质更高、技术更全面、价格更合理的姿态进入市场，以取代、替

换其的市场地位为目的。扩大我公司产品设备的影响力。

由于现阶段对几家竞争对手的具体情况掌握的不够全面，暂时以自己的营销经验，对不同类型的竞争对手进行分析与策略制定，作为现阶段面对市场竞争压力的大体方向与纲领。待更加了解熟悉后再做分析总结。

3、销售对象的定位：

(1) 参考《中国的钢卷包装工艺和装备的发展趋势浅析》的文章。将国内目前钢铁产品包装需求大体分为四类：第一类，新建冷轧生产线，一般年产量 150 吨以上，以领衔的几家大型国有钢铁企业为代表；第二类，新建的单机架或双机架的冷轧线，一般年产量 100 万吨以内，以排行在第二阵列的大型国有钢铁企业为代表；第三类，以民营企业为代表的新建工艺处理线；第四类，以物流配送中心为代表的精装线；根据这四类客户的实际情况，将第二类与第三类客户作为今后工作的重点开发接触的准客户；将第一类客户作为有利于准客户开发的潜在客户；将第四类作为非销售可接触客户，有机会可以接触了解。

(2) 设计院与工程公司

根据实际的市场形势，设计院与工程公司是最最重要的客户群体，称其为“客户”不太准确，过于生硬。最理想的关系是合作伙伴的关系。要以互惠、互利、互助的形势参与其中。拉近距

离，扮演好协助配合的角色。但由于设计院、工程公司之间也存在竞争的关系，要尽量避免缠于其中。有利于公司产品全面覆盖的推广。

4、初入市场营销目的的定位：产品品牌推广、提高公司产品知名度。

由于初入本行业，虽然进行了前期的学习准备，但对冶金行业的许多设备、工程技术等方面还需要更多的了解熟悉。针对现阶段初入市场的情况，把产品品牌推广、提高公司产品知名度作为平时工作的重点。对于现阶段的询价与洽谈的项目，要多与技术人员合作，发挥我营销方面的特长，协助技术人员促成项目。

三、营销方法的应用

初步了解客户——电话拜访客户——实际走访客户——长期维护客户 现阶段工作，准备有针对性的对一些已使用我公司产品的用户和已有合作的设计院等单位进行了解与拜访。对业务进行一段的熟悉后，再进行大范围产品推广工作，或按区域、或按类型进行营销开发工作。

四、实际营销工作中的应变

在实际的营销工作中，要多向公司前辈请教。加强专业知识的学习。遇到客户提出的问题无法解答时，要谦虚谨慎、不卑不亢。客户提出问题或异议后，要沉着冷静，多思考不急于辩解。

在实际的营销工作中还会遇到很多的问题，要不断地提高自己的业务知识和业务能力，更好的完成工作。

市场营销工作计划 2

本学期是天津科技大学又一发展的新学期，在总结以往经验的基础上，本学期社团工作有必要进行调整、巩固、提高。为此特制订本学期计划如下。

一 巩固，即巩固社团成果和巩固本社团人数，控制退社团现象，严禁社员空明现；提高，既提高社团干部的领导水平，提高社员参与活动的积极性。提高社员经社团活动提升的个人能力；创建，即启动星级社团建设工作，从而推动社团争先创优工作。

二 检查本社团的活动计划，进一步完善社团的规范化，制度化建设。为了更加规范高效的进行人员管理。本学期将由秘书部对所有成员的资料进行建档，并及时更新管理资料。加强市场营销社团内部的建设，完善组织机构。确立更切合实际的管理制度，提高市营各部门协调合作的能力，促进市营各部门进一步秩序化，规范化开展工作。

三 定期举办本社团干部培训和经验交流适时举办活动现场大会，大力促进社团健康发展。以内部稳定为基础，力求新起点，新发展，新飞跃。以引导管理为手段，重点建设成为本校的精品社团，逐步形成精品社团的特色，社团活动吸引力强，学生参与

面广，活动品位，层次相对较的社团文化格局

四 继续推动本社团与外校社团之间的合作交流，适时举办联谊活动，互相学习，共同提高，促使社团活动在立足校内的基础上逐步走出校园，积极向外拓展。同时加强与其他高校间同类社团的经验交流，将走出去、引进来相结合。实现信息共享，优势互补，共谋发展。

五 继续推动与企业的联姻活动。以期借助市场获取赞助，扩大影响，搞活社团。

六 依托社团资源，发挥社团优势，积极推进市场营销协会的社团文化，鼓励学生在社团活动中张扬自身个性，展现自身活力，挖掘自身潜力，把学生个性发展和自身成长结合起来。

本社团决定在3月初举行一次营销知识学习交流会，在3月中旬进行纳新，在四月举行一次广告创意大赛，随后的活动在不停的策划中。

市场营销工作计划3

针对现阶段，对我而言的这个全新的市场，一个周密的营销工作计划是今后顺利开展工作的纲要与方向。所谓商场如战场，在进入一个既定的销售市场之前，要把它看作一个即将开战的战场。一场战争的胜利绝不是仅仅依靠必胜的信心、无谓的勇气以及高调的口号来实现。每一场战争的胜利都离不开战前周密的战

略计划。即：战备-充分的战前准备；战术-合理的战术定位；战法-准确的战法应用；实战-及时的实战应变。

同理，营销工作的计划也是如此。即：战备-前期的学习准备；战术-合理的营销定位；战法-营销方法的应用；实战-实际营销工作中的应变。

一、前期的学习准备

1、公司产品设备的学习了解

由于我的营销方向主要针对公司打捆机设备。作为单一设备的销售，对其学习的目的性非常明确-掌握打捆机在营销工作中所要涉及的规格、性能、技术要求、各系统配置情况以及设备工艺情况等。做到熟练掌握与理解。同时，要对整个包装机组以及整套轧钢工艺有所了解，对打捆机在各个机组生产线上的配备与运行了解掌握。这既需要多向技术人员学习、沟通，也要多参与跟随技术人员工厂等实地学习。并在今后的工作中积累总结。

2、冶金行业钢铁包装大环境的了解

对冶金行业钢铁包装大环境的了解与熟悉，对今后的营销工作起到很好的辅助作用。这需要我在今后的工作中多留心多请教公司前辈。

3、公司代表性业绩的了解

要让陌生客户对公司产品的性能品质有认同感，公司有代表

性的业绩，是最具说服力的。因此，要对代表性的工程有所了解。

前期的学习准备工作，我将在今后的工作、生活中不断的学习完善。但针对现阶段初入市场的情况，我将尽量扬长避短，多发挥我在营销与商务上的特长，通过大量的学习与长期的实践后争取弥补自己的短处与不足。业务精熟全面。

二、合理的营销定位

1、自身产品的定位：

国内领先的高性能设备，强大的专业技术支持优势；
可用于各种生产线，包括酸洗、脱脂、平整、重卷、横切；
采用半自动化技术，最大限度的减少人工操作的时间；
降低采购成本，并同时享受最快捷的配件供应需要；

2、竞争对手的定位：

国内两类不同规模、性质的专业包装设备厂家。（天津派克威公司和延边龙川包装机械有限公司）

（1）、天津派克威公司，该公司成立于 1997 年，主要代理意大利 COLUMBIA、瑞士 FROMM、日本 KOHAN、德国 TITAN 等国际知名品牌之钢带及塑钢带打包工具等在内的专业包装设备的销售公司。其国外进口高品质设备的背景，是其在产品竞争中的最好自我定位。也是其在一些特定信赖进口设备的大型客户群中的最大优势。对于这部分客户，可采取的营销策略只能是侧面渗透的原则，让

客户尝试性选择单台或少量设备，在设备品质有保障的情况下，逐步渗透，尝试扭转客户只信赖国外产品的习惯。尽量避免在该客户群体中与进口设备有正面激烈的竞争。特别是在大宗设备供应的情况下，作为进口设备其存在一个众所周知的弊端，价格昂贵。这也是我们在与其竞争中最大的优势。大宗设备的正面竞争，往往只会造成客户利用我们打压其价格，缩小双方价格差，忽略我方优势。若一味坚持，双方价格的透明度将大大降低，有可能两败俱伤，为今后市场销售上的价格定位与利润控制埋下隐患。对这类客户最好采取侧面渗透的原则，不做一城一池之争。

市场营销工作计划 4

随着节日的气氛渐渐淡去，我们迎来了崭新的学期，与此同时学生会的工作也进入了新的轨道。上学期在王老师和主席团的带领下，我系学生会积极配合院学生会的工作，虽有不足但总体上取得了骄人的成绩。经过上一个学期的磨砺，我们积累了很多经验。在新的学期里我们会更加努力，不断完善自身的不足之处，使学生会朝着更完善更和谐的方向发展，再创辉煌！因此，我们特制定了本学期的工作计划：

一、主席团主要工作如下：

1、执行学院方针政策，积极协助老师，配合院学生会工作，及时完成各项工作。

- 2、做好市场营销策划大赛的相关准备与组织工作。
- 3、组织协调及管理学生会各部门工作。
- 4、领导学生会形象、风气的建设。
- 5、对学生会内部的工作规程进行完善、改革。

二、各部门具体工作如下：

（一）秘书处：

- 1、配合主席团，结合各部门具体情况提交学生会本学期工作计划和工作总结。
- 2、及时传达主席团的决议，做好会议教室的申请、会议通知及考勤、记录工作。
- 3、与团总支办公室共同制作新一学期的团总支、学生会成员值班表。完善各项制度，配合老师工作，促使学生会的工作更加制度化、规范化的进行。
- 4、负责学生会组织的精品活动的报道工作及各种文件的及时收取。
- 5、配合其他部门工作，做好各部门之间的协调。

（二）学习部：

- 1、多创新组织一些与本专业相关的活动，以培养同学们的专业素质。
- 2、积极配合其他部门做好各项活动。

（三）自律部：

1、做好大一新生的升旗、晨跑、晨读、晚自习的签到及纪律检查工作。

2、维持系里各项活动、会议的秩序。

3、及时张贴海报，使同学们能够及时了解各种信息。

4、协助其他部门做好各项工作。

（四）生活部：

1、做好__级新生助学贷款的相关工作。

2、完成贫困生助学金、奖学金的评选工作。

3、认真完成好星级宿舍评比工作。

4、做好系里各项体育活动、赛事的供水工作。

5、积极配合其他部门做好相关工作。

（五）文娱部：

1、举办“k歌之王”比赛，发掘歌唱人才，丰富同学们的校园文化生活。

2、协助院文娱部进行班级合唱比赛的准备和组织工作。

3、创立“信息园”板块，将学生区的信息及时传达给旅游学院的同学们。

4、帮助院文娱部完成旅游风采节的相关工作。

5、协助其他部门做好各项工作。

（六）宣传部：

- 1、负责系里各类海报的制作，及时准确地向同学传达信息。
- 2、加大宣传力度，扩大市场系的知名度和影响力。
- 3、配合文娱部做好“信息园”板块。
- 4、与团总支宣传部合作，共同举办“涂鸦”大赛。
- 5、积极配合其他部门做好各项工作。

（七）体育部：

- 1、办好本系传统精品活动“三对三”篮球赛。
- 2、组织做好系足球赛的相关工作。
- 3、协调其他部门做好各项工作。

（八）外联部：

- 1、加强对外联系，为同学们提供兼职锻炼的机会，提高实践能力。
- 2、为本系 K 歌之王、足球赛、涂鸦大赛等各项活动拉赞助，提供活动经费。
- 3、利用学校举办娱乐活动（如演唱会）的机会进行相关的销售活动以赚取活动经费。
- 4、配合其他部门做好各项工作。百分热情，全心服务，携手共进，续写辉煌！

市场营销工作计划 5

20__年又是崭新的一年，在 20__年里，市场营销协会有这着更好的和更好的协会管理规划。这一年，市场营销协会在经过一年的磨练中，总结上一学年的经验，吸取上一年的教训，相信市场营销协会也更加成熟和完善起来，其工作也会更加出色！

上学年计划：

1、专业知识讲座（11 月份）

协会不仅是一个仅仅在活动中才能学到知识的平台，还是一个有着专业性质极高的交流平台。专业知识讲座能促进会员对专业知识技能的正确认识。作为一个专业性质的协会，本协会认为开展一次好的专业知识讲座是必不可少的。

希望会员通过讲座后能对自己的专业有一个好的认识，为自己今后专业的学习提供好的方法和渠道为今后走入社会做好积极的准备。

2、市场调查 加强实践（11 月份）

作为一个专业性质的协会开展一次与协会专业性质相关的活动是必不可少的。一次好的市场调查的活动既能利于会员对专业的实践的能力的提高，又能更好的发挥本协会的优势。

一次市场调查能更好地融合实践与理论的结合，也能让会员了解市场调查对一件产品上市是一件必不可少的事情。同时也是会员社交技能提高的一种好的方法。通过本次的活动希望会员之

间的彼此认识和交流能更进一层。

3、协会转交 上学年表彰大会（12 月份）

协会一年一次的换届是必不可少的写作参考，一个协会能培养出很多有能力的会员。这些会员也将是下一届协会的管理人，只有这样一届一届的延续下去协会才会有不断发展不断向更好的一级的方向。

既然有了换届，那么一次学年的与表彰大会是有必要实行的。每一次的活动都会有表现优秀的会员，那么协会就要来表彰他们为协会所付出的，来鼓励他们自己得到的。活动的总结能更好的吸收经验，为今后活动的开展做好铺垫。

下学年计划：

1、协会野炊 加强会员之间的彼此认识（4 月份）

一次户外的活动更能体现一个团体凝聚力，与会员之间的友谊与互帮。户外活动是大家都喜爱的活动，作为一次野炊活动能够参与的积极性事不可容说的。只有一次好的活动的开端才能为今后活动的开展做好起步，也能增加会员参加活动的积极性。这样一个协会的开展才会更顺利。

2、专业交流会（5 月份）

时光荏苒，岁月如梭，转眼间我们也快离开了这个大学，把专业的学生聚集起来开个会，简单的进行交流，不管何时我们都

是电子商务，我们要相信我们的专业。转眼间我们也会进入社会，多帮大一新来的同学解答一些问题，用自己的亲生经历帮助他们一一解答，让他们的生活充实，开心过好每一天。

3、在外的一些促销活动(5月份)到时有关活临时动在做安排。

4、下学年的总结会(6月份)

每一次总结中我们都应该从中吸收好的经验来为今后的活动的开展与协会的发展带来帮助。一次总结必须有一次收获。总结下年的同时也因该为以后的工作制定一份更好的计划。

市场营销工作计划 6

在我加入市场部以来能够认真做好营销工作，至少在过去一年里能够通过工作中的良好表现获得认可，而且我会提前对工作的展开做好相应的准备，运用以往的经验进行指导从而取得理想的成果，现对 20__ 年的市场营销工作制定以下计划。

认真做好市场调研从而收集重要的信息，我明白市场信息的收集是公司发展过程中不可缺少的，既要明白客户对公司产品或业务的需求，又要了解竞争对手的实力并对此采取有效措施，在市场竞争过程中建立优势才能够为企业带来更多的效益，因此需要制定好调查问卷并将其发放下去收集意见，在了解客户对公司产品或业务的看法以后再来调整战略方针，而且这也是用来收集客户信息的方式之一从而需要认真对待。收集好客户的意见以后

再来进行相应的整理，即从中分析改进工作方式的原理并想办法获得更多的客户，而且在联络客户的过程中也要了解对方的潜在需求是什么。

积极展开营销工作从而推销公司的产品或业务，在拓展市场的过程中营销工作的展开是不可缺少的，因此在 20__ 年需要加大宣传力度从而让公司获得更大的名气，这便意味着需要充分利用现有的宣传渠道才行，而且在推销的过程中需要加强对产品或业务知识的学习，这样的话在进行推销的时候能够很好地体现出自身的专业水平，因此认真收集市场信息并以此作为展开营销工作的前提是很重要的，而且还需要对比往年的营销数据从而了解工作中的具体表现，在分析竞争对手的过程中则需要了解对方的优势所在，加强这方面的学习能够在营销工作中取得理想的成果。

加强和其他部门之间的沟通从而提升市场营销的效果，对于营销工作的完成向来是与员工们在工作中的付出有关，这也意味着更多人参与其中往往能够取得更好的效果，因此需要积极联络其他部门成员并获得相应的帮助，而且在对信息进行整理以后还要反馈给部门领导，为公司的决策提供基础的数据是市场营销工作中需要做到的，在这之中还要继续完善部门制度从而提高执行力，希望通过市场营销工作的完成为公司的发展带来更多的效益。

通过计划的制定让我对市场营销工作的展开有了更多理解，

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/005031214222012010>